

Yayın Geliş Tarihi: 23.06.2015
Yayına Kabul Tarihi: 04.05.2016
Online Yayın Tarihi: 30.09.2016
<http://dx.doi.org/10.16953/deusbed.64076>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 18, Sayı: 3, Yıl: 2016, Sayfa: 495-521
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

OTEL İŞLETMELERİNDEKİ İŞLERE VE POZİSYONLARA YÖNELİK CİNSİYET ALGISI

Ömer Akgün TEKİN*
Zeynep GENÇER**

Öz

Yapılan iş, bulunulan pozisyon ve cinsiyet arasında kesin bir ilişki olduğunu iddia etmek güç olsa da iş yaşamında kimi iş ve pozisyonların kadın, kimi iş ve pozisyonların ise erkek cinsiyeti ile birlikte çağrışım yaptığı görülmektedir. Bir iş veya pozisyonun belirli bir cinsiyetin hegemonyası altında olması, çoğu zaman adaletsiz koşulların ve toplumsal cinsiyet algısının bir izdüşümü olabilir. Nitekim, diğer birçok alanda olduğu gibi, turizm sektöründe de kimi iş ve pozisyonların cinsiyet temelinde ayrıştığı gözlemlenmekte, belirli iş ve pozisyonlarda ise erkek egemen yapı kendini göstermektedir. Söz konusu bu durum kadın çalışanların aleyhine bir eşitsizliğin doğmasına yol açmaktadır. Bu çalışmada turizm öğrencilerinin, otelcilik sektöründeki bazı iş ve pozisyonlara yönelik cinsiyet algılarını incelenmek amaçlanmıştır. Araştırmada bir kamu üniversitesinde turizm ile ilgili programlarda öğrenim görmekte olan 253 öğrenciye otelcilikteki bazı iş ve pozisyonların cinsiyet çağrışımları anket tekniğiyle sorulmuş, araştırmadan elde edilen veriler Ki-Kare Bağımsızlık testi ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda; yönetici pozisyonlarının neredeyse tamamının öğrencilere, erkek cinsiyetini çağrıştırdığı, genellikle daha düşük nitelikli iş ve pozisyonların da öğrencilere ya her iki cinsiyeti birden çağrıştırdığı ya da sadece kadın cinsiyetini çağrıştırdığı bulunmuştur. Araştırmada genel olarak kadın cinsiyetine yönelik iş ve pozisyon algılarının daha dezavantajlı bir durumda olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmeleri, Otel İşletmelerindeki İşler ve Pozisyonlar, Cinsiyet Algısı, Turizm Öğrencileri.

GENDER PERCEPTION TOWARDS WORKS AND POSITIONS IN HOTEL ESTABLISHMENTS

Abstract

It is observed in business life that some jobs and positions are identified with women and some with men, however it is difficult to assert that there is a certain

* Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, dr.omerakguntekin@gmail.com

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, zeynepgnrcr@gmail.com

correlation between the works done, the position in charge and gender. Most of the time, a job or position dominated by a gender is the result of a reflection of society's perception on gender and unfair conditions. Thus, some jobs and positions are classified according to gender specific roles in tourism sector, like most of other fields and male- dominated social structure became apparent in some areas. This causes inequality against women in work. In this study it is aimed to review the tourism students' perceptions towards some jobs and positions in lodging industry about gender. 253 students having education in tourism department of a public university were asked questions in a survey about gender perception in some areas and the data collected were analyzed through Chi-Square Test of Independence methods. The survey finds that almost all management positions were identified with men according to the students and low- skilled jobs and positions seemed dominated by both men and women or only women. It was found out that generally, perceptions regarding female- dominated jobs and positions were more disadvantageous.

Keywords: Hotels, Works and Positions in Hotel Establishments, Gender Perception, Undergraduate Tourism Students.

GİRİŞ

Belirli bir cinsiyette doğmak kişisel bir tercih değildir, ancak cinsiyet kişinin toplum içindeki durumundan sosyal rollerine kadar birçok konuda etken bir faktördür. Meslek kavramı da bu şekilde cinsiyet ile etkileşim halinde olan bir olgudur (Bassey vd., 2012: 238). İş hayatında dikkatli bir gözlem yapıldığında çeşitli mesleklerin bazı cinsiyetler ile birlikte anıldığını; bazı mesleklerin "kadın mesleği", bazı mesleklerin ise "erkek mesleği" olarak değerlendirildiğini görebilmek mümkündür. Bir işin herhangi bir cinsiyetin doğasına, fizyolojik ve psikolojik niteliklerine aykırı olması halinde, o cinsiyetin o işte istihdam edilememesi anlaşılabilir hale gelmektedir. Bunun dışında bir durumda, herhangi bir işin belirli bir cinsiyetin hegemonyasında olması, gelişmiş ülkelerde pek de kabul edilebilir bir tablo değildir. Fakat geçmişten günümüze kadın ve erkeğin toplumdaki rolüne ilişkin değerlendirmeler; toplumsal cinsiyet algısı, kültür ve değer yargıları gibi sayılabilecek çok sayıda faktör, çalışma yaşamında özellikle kadın cinsiyetini dezavantajlı hale getirmiştir.

Türkiye de dahil olmak üzere bir çok ülkede kadın çalışanlar, erkeklere göre cinsiyetlerinden ötürü bir takım engellerle karşı karşıyadırlar. Bu engeller özellikle turizm sektörünün çalışma koşullarından kaynaklanan zorluklarla da birleşince, kadın çalışanların bu alandaki kariyer olanakları daha da zorlu hale gelmektedir (Pınar vd., 2011: 74). Bununla birlikte kadına yönelik toplumsal cinsiyet algısı, kadın çalışanların turizm sektöründeki kariyer koşullarına da yeni yeni engeller oluşturmaktadır. Bu zorlu durumun yansımalarını sektörde de gözlemleyebilmek mümkündür. Kadınların karşılaştıkları zorluklar; turizm sektöründeki bazı iş ve pozisyonlarda yeterince görev alamamalarına, bu işlerin ve pozisyonların erkek egemen bir yapıya bürünmesine, bazı dezavantajlı iş ve pozisyonlarda ise ağırlıklı olarak kadın çalışanların istihdam edilmesine neden olabilmektedir.

Bu araştırmada, turizm öğrencilerinin otelcilik sektöründeki bazı işlere ve pozisyonlara yönelik cinsiyet algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda; otelcilik sektöründeki üst düzey ve nitelikli bir takım pozisyonların daha çok erkek cinsiyeti ile birlikte çağrışım yaptığı, kadın cinsiyeti ile çağrışım yapan iş ve pozisyonların ise daha düşük nitelikte olduklarına ilişkin bulgulara erişilmiştir. Öte yandan bu olumsuz durumda, kadın öğrencilerin de önemli oranda erkek öğrencilerle benzer algılara sahip oldukları belirlenmiştir. Araştırmadan elde edilen bu sonuçların, öğrencilerin sektörde tanık oldukları durumu ortaya koyarak pratikteki gerçeği yansıttığı ve öğrencilerin toplumsal cinsiyet algıları hakkında da fikir verdiği düşünülmektedir. Araştırmada, toplumsal cinsiyet algısının turizm istihdamına yansımaya ve turizm sektöründeki kadın çalışanların dezavantajlı durumuna farklı bir açıdan yaklaşılmaya çalışılmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Bir konaklama işletmesini diğer işletmelerden ayıran en önemli özelliklerden biri, sunulan "konaklama hizmeti"dir. Konaklama işletmeleri sahip oldukları bir takım özelliklere göre farklı türlere (otel, motel, pansiyon, hostel, botel gibi) ayrılmaktadırlar. Aktaş'a (2002: 23) göre; "otel" bu konaklama işletmesi türlerinden yalnız bir tanesidir ve "geleneksel konaklama işletmeleri" grubunda yer almaktadırlar. Otel işletmeleri ile ilgili olarak literatürde çok sayıda tanıma ulaşabilmek mümkündür. Ancak kısa bir tanım yapılmak istenirse otel, konaklama ve yiyecek-içecek hizmeti sunan işletme olarak tanımlanabilir (Emeksiz vd., 2013: 3).

Otel işletmelerinde gerçekleştirilen işler ile ilgili olarak, tüm otelleri evrensel düzeyde kapsayan bir standarttan bahsedebilmek güçtür. Çünkü bir otel işletmesinde yer alan işler ve pozisyonlar; oteldeki departmanlara göre, departmanlar ise otelin sunduğu hizmetlerin nicelik ve niteliğine göre değişiklik gösterebilmektedir. Sunulan hizmetlerin niceliği ve niteliğinin otelden otele farklılık göstermesi; kısmen farklı organizasyon yapılarını, departmanları, alt birimleri, bunlara bağlı olarak da farklı işleri ve pozisyonları ortaya çıkarabilmektedir. Ancak aynı sınıf ve konseptte hizmet veren otellerin büyük oranda benzer departman, iş ve pozisyonları barındırdığı söylenebilir.

Araştırmada kapsamlı bir değerlendirme yapabilmek için daha geniş bir organizasyonel yapıya sahip olan büyük (beş yıldızlı) otel işletmelerine odaklanılmıştır. Otelerde faaliyet gösteren departmanları belirlemek için literatürde yapılan incelemede; otel işletmelerindeki bazı ünitelerin çeşitli kaynaklarda departman, çeşitli kaynaklarda ise bir departmana bağlı olarak hizmet veren alt birim olarak sunuldukları görülmüştür. Literatürde görülen bu farklılığın; literatürün oluşturulduğu ülkelerdeki otelcilik uygulamalarındaki farklardan, işletmelerin niteliklerinden kaynaklanan farklardan ve araştırmacıların değerlendirmelerindeki farklardan kaynaklandığı düşünülmektedir. Konuyla ilgili

literatürden (Andrews, 2007: 101; Andrews, 2009: 80; Bulut, 2014: 6; Cengiz, 2012: 18; Chacko, 1998: 135-137; Chakravati, 2008: 11-12; Emeksiz vd., 2013: 5; Kantarcı, 2006: 41; Leschziner, 2007: 29; Mannan, 2008: 229-231; Denizer, 2012: 9-15; Mensah ve Mensah, 2013 :61; MYK, 2015; Ojugo, 2010: 6; Perry, 2009: 6; Riley vd., 2002: 115; Seymen ve Gül, 2004: 14; Van der Wagen ve Goonetilleke, 2012: 77-79; Yıldız, 2011: 117) elde edilen bilgiler derlenerek büyük otel işletmelerindeki departmanlar ve bu departmanların çatısı altında faaliyet gösteren alt birimler Tablo 1'de sunulmuştur:

Tablo 1: Büyük Otel İşletmelerinde Faaliyet Gösteren Departmanlar ve Alt Birimleri

Departman	Departmana Bağlı Alt Birimler ¹
Genel Yönetim	Tüm Departmanlar
Önbüro	Resepsiyon Rezervasyon Santral Bellteam/Üniformalı hizmetler ² Concierge/Danışma ³ Guest relations/Misafir ilişkileri ⁴
Yiyecek & İçecek	Restoran Bar Oda servisi Banket ⁵ Mutfak Bulaşıkhanesi
Kat Hizmetleri	Kat operasyonları Genel meydan operasyonları Çamaşırhane
Satış & Pazarlama	-
Animasyon	-
İnsan Kaynakları	-
Bahçe & Peyzaj	-
Satınalma	-
Muhasebe	-
Finans	-
Teknik Servis	-
Güvenlik	-

1 Departmana bağlı alt birimler kısmında yalnız doğrudan otelcilik alanı ile ilgili alt birimler listelenmiştir.

2 Bagajları ve odalara iletilecek eşyaları taşıma, misafirlere valelik hizmeti sunma gibi hizmetleri yerine getiren, önbüroya bağlı olarak çalışan birimdir. Bu birim bazı kaynaklarda (Chacko, 1998: 135) "üniformalı hizmetler" olarak da tanımlanmaktadır.

3 Önbüro hizmetlerinin bir kısmını devralarak misafire genel olarak danışma ve bilgilendirme hizmeti veren birimdir. Özellikle önbüro operasyonları çok yoğun olan otellerde önbürodan ayrı bir birim olarak hizmet verdiği de görülmektedir.

4 Genel olarak "concierge" birimi hizmetlerine benzer hizmetler sunmakta, otel ile misafir arasında aktif iletişim imkanları yaratmaktadır. Bu birimin yer yer misafir ilişkileri yönetimi uygulamaları gerçekleştirdikleri ve operasyonel yoğunluğu yüksek otellerde ayrı bir departman olarak hizmet verdiği görülmektedir.

5 Otel işletmelerinin genellikle otel dışından almış oldukları düğün, nişan, gala gibi hizmetleri yürüten, servis operasyonu ağırlıklı birimdir.

Çalışma "otel işletmelerine özgü" iş ve pozisyonlara odaklandığı için, araştırmanın ilerleyen aşamalarında otellerdeki tüm departmanlar ve bu departmanlarda icra edilen tüm iş ve pozisyonlar incelemeye dahil edilmemiş; bunun yerine otel işletmelerine özgü veya otelcilik açısından kritik önem arz ettiği düşünülen departmanlardaki işlere ve pozisyonlara odaklanılmıştır.

Batman'a (1999: 117) göre konaklama işletmelerinde hizmet veren departmanları iki ana grup altında incelemek mümkündür;

- Ana departmanlar: Odalar bölümü, yiyecek-içecek ve diğer yardımcı hizmetler,
- Destek ve kurmay departmanlar: Muhasebe, satış ve pazarlama, teknik servis, insan kaynakları vb.

Batman (1999: 117) tarafından da belirtildiği gibi konaklama işletmelerindeki ana departmanlar; odalar bölümü (önbüro ve kat hizmetleri) ve yiyecek-içecek departmanları şeklinde ele alınabilir. Çünkü konaklama işletmelerinin tamamında sunulan konaklama hizmeti ve çoğu işletmede buna ilaveten sunulan yiyecek-içecek hizmeti bu işletmeleri diğer işletmelerden ayırmakta ve bu hizmetler için otelciliğe özgü departmanlar görev yapmaktadır. Bu çalışma da bu departmanlara odaklanılarak gerçekleştirilmiş, literatürden edinilen bilgiler doğrultusunda bu departmanlara ait alt birimler, işler ve pozisyonlar sunulmuştur.

Önbüro departmanı

Önbüro departmanında yer alan alt birimler, işler ve pozisyonlar Tablo 2'de sunulmuştur (Andrews, 2007: 101; Andrews, 2009: 134; Andrews, 2013: 35; Cengiz, 2012: 18; Chacko, 1998: 135-137; Chakravati, 2008: 11-12; Emeksiz vd., 2013: 6; Ghosh, 2009: 17-22; Kantarcı, 2006: 41; Kattara, 2005: 241; MYK, 2015; Ojugo, 2010: 6; Perry, 2009: 6; Van der Wagen ve Goonetilleke, 2012: 82; Yıldız, 2011: 117):

Tablo 2: Önbüro Departmanında Yer Alan Alt Birimler İşler ve Pozisyonlar

Alt Birimler	İşler ve Pozisyonlar ⁶	
	Türkçe	İngilizce
GENEL	Önbüro müdürü	Front office manager

⁶ Otelciliğin kendine has uluslararası bir terminolojisi bulunmaktadır. Bundan dolayı bazı işler/pozisyonlar sektörde Türkçe karşılığı yerine yabancı dildeki (genellikle İngilizce veya Fransızca) karşılığı ile bilinmektedir. Öte yandan bazı işlerin/pozisyonların ise Türkçe karşılığı ya bulunmamış ya da işi/pozisyonu Türkçede tek bir kelime yerine birden fazla kelimenin karşıladığı (Ör.: Bellboy: Bagaj taşıyıcı personel) görülmüştür. Bu nedenle Tablo 2'de, mesleklerin sektörde kullanılan yabancı dildeki karşılıklarına da yer verilmiş, bazı işlerin/pozisyonların Türkçe karşılığı bilinmediği/olmadığı için sektördeki bilinen adı sunulmuştur.

	Önbüro müdür yardımcısı	Assistant front office manager
Resepsiyon	Resepsiyon şefi Vardiya amiri Resepsiyon-önbüro memuru / Resepsiyonist Kasiyer Gece resepsiyonisti	Reception chef Shift leader Reception clerk Receptionist Cashier Night auditor
Rezervasyon	Rezervasyon şefi Rezervasyon memuru	Reservation chef Reservation clerk
Santral	Santral şefi Santral operatörü	Switchboard chef Switchboard operator
Bellteam	Bellcaptain Bagaj görevlisi Kapı görevlisi Vale	Bellcaptain Bellboy Doorman Valet
Concierge ⁷	Danışma müdürü / Lobby müdürü	Concierge manager / Lobby manager
Guest Relations	Misafir ilişkileri müdürü / Lobby müdürü	Guest relations manager / Lobby manager

Yiyecek-İçecek departmanı

Yiyecek-İçecek departmanında yer alan alt birimler, meslekler ve pozisyonlar Tablo 3'de sunulmuştur (Abbott ve Lewry, 2011: 3-5; Andrews, 2007: 117; Andrews, 2009: 102-112; Andrews, 2013: 10,105; Arduser ve Brown, 2005: 479; Bulut, 2014: 6; Cengiz, 2012: 18; Leschziner, 2007: 29; Denizer, 2012: 9-15; Mensah ve Mensah, 2013: 98; MYK, 2015; Ojugo, 2010: 6; Van der Wagen ve Goonetilleke, 2012: 78; Yıldız, 2011: 117):

Tablo 3: Yiyecek-İçecek Departmanında Yer Alan Alt Birimler İşler ve Pozisyonlar

Alt Birimler	İşler ve Pozisyonlar	
	Türkçe	Fransızca/İngilizce ⁸
GENEL	Yiyecek&içecek müdürü	Food & beverage manager (İ./A.)
	Yiyecek&içecek müdür yrd.	Asst. food & beverage manager (İ./A.)
Restoran	Restoran(lar) müdürü	Restaurant manager (İ./A.)
	Restoran şefi	Maitre' de hotel (F.) Restaurant supervisor (İ.) Senior captain (A.)
	Kaptan	Chef de rang (F.) Head waiter (İ.) Captain (A.)
	Garson	Commis de rang (F.) Waiter / Waitress (İ.) Steward (A.)

⁷ Concierge (danışma) ve Guest Relations (misafir ilişkileri) birimlerinin bazı otellerde ayrı birer departman olarak hizmet verdikleri de görülmektedir.

⁸ Otelcilikte özellikle yiyecek-İçecek alanında üç ana ekolün organizasyon sistemi dünya geneline yayılmıştır. Bu sistemler: Fransız, İngiliz ve Amerikan sistemleridir. Tablo 3'de üç sistemin de pozisyon isimleri sunulmuştur. F.: Pozisyonun Fransız sistemindeki karşılığı, A.: Pozisyonun Amerikan sistemindeki karşılığı, İ.: Pozisyonun İngiliz sistemindeki karşılığıdır (Andrews, 2013: 10).

	Komi	Commis de barasseur (F.) Assistant waiter (İ.) Busboy (A.)
	Tranşör ⁹	Trancheur (F.) Carver (İ./A.)
	Şarap garsonu	Sommelier (F.) Wine butler (İ.) Wine waiter (A.)
	Stajyer / Çıracak	Trainee commis (F.) Apprentice (İ.) Internee / Trainee (A.)
Bar	Bar(lar) şefi	Bar Supervisor (İ./A.)
	Barmen	Barmen / Bar Tender (İ./A.)
	Bar garsonu	Bar waiter / waitress (İ./A.)
	Barboy /Bargirl	Barboy / Bargirl (İ./A.)
Oda Servisi	Oda servisi şefi	Room service chef (İ./A.)
	Oda servisi garsonu	Room service waiter / waitress (İ./A.)
Banket	Banket müdürü	Banquet manager
Mutfak	Mutfak şefi (Aşçıbaşı)	Chef de Cuisine (F.) Executive chef (İ./A.)
	Mutfak şefi yardımcısı / Su şefi / Sos Şef	Sous Chef (F.) Asst. Executive Chef (İ./A.)
	Kısım şefi	Chef de Partie (F.) Station Chef / Line Chef (İ./A.)
	Kısım şefi yardımcısı	Demi Chef de Partie (F.)
	Aşçı	Commis I ¹⁰ , Commis II, Commis III (F.) Cook I, Cook II, Cook III (İ./A.)
	Pastacı	Chef patissier (F.) Pastry cook (İ./A.)
	Kasap	Chef boushler (F.) Butcher (İ./A.)
Bulaşıkhaneye	Bulaşıkhaneye şefi	Chef steward (İ./A.)
	Bulaşıkçı	Steward (İ./A.)

Kat hizmetleri departmanı

Kat hizmetleri departmanında yer alan alt birimler, işler ve pozisyonlar Tablo 4'de sunulmuştur (Andrews, 2007: 107; Andrews, 2013: 31; Cengiz, 2012: 18; Emeksiz vd., 2013: 7; Erdem, 2010: 168-169; Kattara, 2005: 241; Mensah ve Mensah, 2013: 6; MYK, 2015; Seymen ve Gül, 2004: 14; Van der Wagen ve Goonetilleke, 2012: 84-85; Yıldız, 2011: 117):

⁹ Özellikle Fransız servis sisteminde, bütün olarak pişirilen et yemeklerini misafirin önünde şova benzer bir gösteriyle hazırlayan, porsiyonlayan ve sunumunu gerçekleştiren servis personelidir.

¹⁰ Aşçılar genellikle kıdemlerine göre farklı numaralar ile sınıflandırılmaktadır (Andrews, 2013: 28). Türkiye'de bilinen hali ile ifade edilecek olursa: Çıracak (III), Kalfa (II) ve usta (I).

Tablo 4: Kat Hizmetleri Departmanında Yer Alan Alt Birimler İşler ve Pozisyonlar

Alt Birimler	İşler ve Pozisyonlar	
	Türkçe	İngilizce
GENEL	Kat hizmetleri müdürü Kat hizmetleri müdür yrd.	Executive housekeeper / Housekeeping manager Assistant housekeeper
Katlar operasyonları	Kat şefi	Floor supervisor
	Kat görevlisi / Oda temizlik gör.	Room attendant / Maid / Chambermaid / Housekeeper
	Kat valesi ¹¹	Valet / Linen room attendants
Genel meydan operasyonları	Meydan şefi	Head housman
	Meydancı	Housman
Çamaşırhane hizmetleri	Çamaşırhane şefi	Laundry chef
	Kuru temizlemeçi	Dry cleaner
	Terzi	Tailor
	Ütücü	Ironer / Pressman

ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı; otel işletmelerindeki bazı işlerin ve pozisyonların, turizm öğrencilerine hangi cinsiyeti çağrıştırdıklarını belirlemektir. Bir takım işlerin ve pozisyonların ağırlıklı olarak belirli bir cinsiyet ile birlikte çağrışım yapıyor olduğu düşüncesi, bu araştırmayı ortaya çıkaran temel fikirdir. Bu araştırmada daha çok otelcilik ile ilgili işlerin ve pozisyonların cinsiyet çağrışımları öğrencilerin cinsiyetleri bazında incelenmiş, elde edilen bulgulardan hareketle araştırmanın sonuç kısmında bu algıların nedenleri üzerine değerlendirmeler yapılmıştır.

Yapılan literatür taramasında, turizm sektöründe cinsiyet konusunu işleyen çeşitli çalışmalara (Adib ve Guerrier, 2003; Biswas ve Cassell, 1996; Burrell vd., 1997; Cave ve Kılıç, 2010; Dalkıranoğlu ve Çetinel, 2008; Iverson, 2000; Jordan, 1997; Kattara, 2005; McCudddy, 2010; Mooney ve Ryan, 2009; Ng ve Pine, 2003; Pınar vd., 2011; Purcell, 1996; Skalpe, 2007) ulaşılmıştır. Ancak literatürde bu araştırmanın amacı ve yöntemi ile benzer nitelikte bir araştırmaya erişilememiştir. Otelcilik sektöründeki kadın ve erkek çalışanların eşit niteliklere sahip olmasına rağmen, kadın çalışanların ağırlıklı belirli departmanlardaki işlerde ve yüksek sayılamayacak pozisyonlarda görev almalarının özündeki nedenlerden birinin de cinsiyet algısı olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmayı önemli kılan nedenlerden birinin az ele alınan bu konuya odaklanıyor olmasıdır.

¹¹ Kat valesi: Oda hazırlığı esnasında odaları hazırlayan personele çamaşırhaneden nevresim, yastık kılıfı, havlu gibi malzemeleri tedarik eden personel.

Araştırmanın Yöntemi, Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmada, nicel araştırma desenlerinden "tarama araştırması" yöntemi kullanılmıştır. Büyüköztürk ve diğerlerine (2014: 14-15) göre; bir kitlenin belirli bir konu hakkındaki bazı özelliklerini tespit etmek için yapılan araştırmalara "tarama araştırması" denmektedir.

Araştırmanın evrenini, 2014-2015 akademik yılında Süleyman Demirel Üniversitesi'nde "otelcilik" alanı ile ilgili (turizm işletmeciliği, konaklama işletmeciliği, turizm ve otel işletmeciliği) önlisans ve lisans programlarında öğrenim gören turizm öğrencileri oluşturmaktadır. İlgili tarihte, anılan evrende toplam 1.145 öğrenci bulunmaktadır. Araştırmada evreni oluşturan bireyler eğitim aldıkları programların akademik düzeyleri açısından önlisans ve lisans şeklinde iki ayrı kitle olarak değerlendirilmiştir. Öğrencilerin bu şekilde iki ayrı kitle olarak ele alınmasının temel nedeni; iki ayrı kitledeki öğrencilerin mezun olunan lise, sektör tecrübesi, mevcut eğitim içerikleri gibi bir takım niteliklerinin birbirinden farklı olabileceğinin varsayılmasıdır. Yukarıda ifade edilen varsayımdan dolayı, araştırmanın amacına ve evrenin niteliğine en uygun örnekleme yönteminin olasılıksız örnekleme yöntemlerinden "kota örnekleme" olduğuna karar verilmiştir. Bir'e (1999: 35) göre kota örneklemesinde evreni oluşturan kitlelerin oranları ile uyumlu bir örnekleme seçimi yapılır, her kitleden, o kitle hacminin evren hacmi içindeki oranına göre birim seçilir. Araştırmanın yürütüldüğü tarihte evrendeki 1.145 öğrencinin yaklaşık %65'i önlisans, %35'i ise lisans düzeyinde turizm eğitimi almaktadır. Can'a (2013: 30) göre 2.500 bireyden oluşan bir evreni nicel açıdan +/- %5 hata payı ile temsil edebilecek örneklemin en az 224 bireyden oluşması gerekmektedir. Hata payını minimize etmek adına evren için daha büyük bir rakamdan (2.500) hareket edilerek sahaya 300 anket sunulmuş, kota örneklemesine uygun bir şekilde anketlerin %65'inin önlisans düzeyinde, %35'inin ise lisans düzeyinde eğitim veren birimlerde uygulanması hedeflenmiştir. 2015 yılı Nisan-Mayıs aylarında gerçekleştirilen saha uygulaması sonunda, veri analizine tabi tutulabilecek nitelikte toplam 253 anket elde edilmiştir. Ulaşılan rakamın evreni nicel açıdan temsil edebilecek yeterlilikte olduğu düşünülmektedir. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 17.0 paket programı ile Ki-Kare Bağımsızlık testi yöntemiyle analiz edilmiştir.

Veri Toplama Aracı Ve Yöntemi

Bu araştırmanın verilerinin toplanmasında anket tekniğinden faydalanılmıştır. Literatürde yapılan incelemelerde; bu araştırmanın amacına uyan bir veri toplama aracına erişilemediği için, çalışmada kullanılan ankette yer alan sorular araştırmacılar tarafından büyük otel işletmelerinde yer alan meslek ve pozisyonlardan hareket edilerek (Abbott ve Lewry, 2011: 3-5; Andrews, 2007: 101; Andrews, 2009: 134; Andrews, 2013: 35; Arduser ve Brown, 2005: 479; Bulut, 2014: 6; Cengiz, 2012: 18; Chacko, 1998: 135-137; Chakravati, 2008: 11-12; Emeksiz vd., 2013: 6; Erdem, 2010: 168-169; Ghosh, 2009: 17-22; Kantarcı, 2006: 41; Leschziner, 2007: 29; Denizler, 2012: 9-15; Mensah ve Mensah, 2013: 98;

MYK, 2015; Ojugo, 2010: 6; Perry, 2009: 6; Seymen ve Gül, 2004: 14; Van der Wagen ve Goonetilleke, 2012: 82; Yıldız, 2011: 117) hazırlanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilerin çeşitli demografik özelliklerini (cinsiyet, program, sektör tecrübesi) sorgulayan kapalı uçlu sorulara yer verilmiş, ikinci bölümde ise; öğrencilere çalışmanın amacı ve anketin yanıtlanma biçimi kısa ve net bir şekilde açıklandıktan sonra öğrencilerin çeşitli iş ve pozisyonlara yönelik cinsiyet algılarını sorgulayan sorulara yer verilmiştir. İkinci bölüm; "Aşağıdaki meslek (iş/pozisyon) size ilk anda hangi cinsiyeti çağrıştırmaktadır?" sorusu ile başlamıştır. Ankette sol sütunda mesleğin adı verilmiş, sağ sütunda ise tek bir şıkkı işaretlemek şartı ile öğrencilere şu şıklar sunulmuştur: (1) Bu mesleği bilmiyorum, (2) Bu meslek bana ilk anda kadın cinsiyetini çağrıştırmaktadır (3) Bu meslek bana ilk anda erkek cinsiyetini çağrıştırmaktadır, (4) Bu meslek bana her iki cinsiyeti de çağrıştırmaktadır. Ankette öğrencilere toplam 62 ayrı meslek sorulmuş, bazı iş ve pozisyonları öğrencilerin önemli bir kısmının değerlendiremediği görüldüğü için araştırmada yalnız 32 iş / pozisyon üzerine yapılan değerlendirmelere yer verilmiştir.

BULGULAR

Demografik Bulgular

Öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 5'de sunulmuştur.

Tablo 5: Öğrencilerin Demografik Özellikleri

		Frekans	%
Cinsiyetiniz	Kadın	111	43,9
	Erkek	141	55,7
Programınız	Turizm ve Otel İşletmeciliği	158	62,5
	Turizm İşletmeciliği	54	21,3
	Konaklama İşletmeciliği	41	16,2
Programın düzeyi	Önlisans	158	62,5
	Lisans	95	37,5
Turizm sektöründe daha önce çalıştınız mı	Evet	158	62,5
	Hayır	94	37,2

Araştırmada ulaşılan öğrencilerin %56'sı erkek, %44'ü kadındır. Öğrencilerin %63'ü Turizm ve Otel İşletmeciliği önlisans programında %37'si ise Turizm İşletmeciliği ve Konaklama İşletmeciliği lisans programlarında öğrenim görmekte olup, %63'lük bir oran ile çoğunluğu turizm sektöründe tecrübe sahibidir.

Öğrencilerin Cinsiyet Algılarına Yönelik Bulgular

Öğrencilerin işlere ve pozisyonlara dair cinsiyet algılarına ilişkin değerlendirmeleri, öğrencilerin cinsiyetlerine ayrıştırılarak Ki-Kare Bağımsızlık testi ile analiz edilmiştir. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2007: 245) Ki-Kare Bağımsızlık testini; veri setindeki değişkenlerin iki ya da çok yönlü çapraz tablo olarak

biçimlendirilmesi halinde, değişkenlerin belirlenen özellikleri arasında bir bağımlılığın (ilişkinin) olup olmadığını test etmek için kullanılan bir test olarak açıklanmışlardır. Verilerin analizinde Ki-Kare Bağımsızlık testinin kullanılmasının temel nedeni; öğrencileri iş ve pozisyonlara yönelik cinsiyet algılarını cinsiyetleri bazında inceleyerek, cinsiyet algılarının katılımcıların cinsiyetleri bazında istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde farklılaşıp farklılaşmadığını da belirleyebilmektir. Yapılan literatür taramasında otelcilik sektöründeki meslek ve pozisyonları demografik açıdan ele alan resmi bir istatistiğe veya kapsamlı bir bilimsel araştırma sonucuna ulaşılamamıştır. Bu durum, araştırmada elde edilen bulgular ile sektördeki pratik durum arasında resmi ve bilimsel verilere dayalı bir kıyaslama yapılabilmesini olanaksız hale getirmektedir. Ancak araştırmada ulaşılan sonucun, belirli bir oranda öğrencilerin sektördeki tecrübelerinden kaynaklandığı ve buradan hareketle bulguların sektördeki durumu belirli bir oranda yansıttığı düşünülmektedir.

Tablo 6: Öğrencilerin Hiyerarşik Kavramlara Yönelik Cinsiyet Algısına İlişkin Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonucu

		Kadın cinsiyeti çağrışımı	Erkek cinsiyeti çağrışımı	Her iki cinsiyet çağrışımı	Pearson Ki-Kare Değeri	Anlamlılık (p)		
Genel Müdür								
Kadın	Sayı	3	54	54	4,299	0,117		
	% Cinsiyet içerisinde	2,7%	48,6%	48,6%				
Erkek	Sayı	3	87	51				
	% Cinsiyet içerisinde	2,1%	61,7%	36,2%				
Müdür								
Kadın	Sayı	6	55	50			1,294	0,524
	% Cinsiyet içerisinde	5,4%	49,5%	45,0%				
Erkek	Sayı	5	79	57				
	% Cinsiyet içerisinde	3,5%	56,0%	40,4%				
Şef								
Kadın	Sayı	1	69	41	0,681	0,711		
	% Cinsiyet içerisinde	,9%	62,2%	36,9%				
Erkek	Sayı	3	89	49				
	% Cinsiyet içerisinde	2,1%	63,1%	34,8%				
Personel¹²								
Kadın	Sayı	6	10	93			0,628	0,89
	% Cinsiyet içerisinde	5,5%	9,1%	84,5%				
Erkek	Sayı	7	17	115				
	% Cinsiyet içerisinde	5,0%	12,1%	82,1%				

¹² Bu bölümde "personel" kavramından kast edilen, yönetsel yetkisi olmayan çalışanlardır.

Genel müdür ve müdür pozisyonları konusunda baskın cinsiyet çağrışımı erkek cinsiyeti lehinedir. İlgili pozisyonlarda kadın cinsiyetinin çağrışım oranı ise yalnız %2-%5 düzeyindedir. Ho'ya (2013: 33) göre; otelcilik sektöründe genel müdür ve müdür pozisyonlarında çoğunlukla erkek yöneticilerin görev yaptığı, bu pozisyonun daha çok erkek egemen bir pozisyon olduğu bilinen bir gerçektir. Bayram (2011: 40) tarafından Türkiye'deki 238 otel genel müdürü üzerine yapılan araştırmada otel genel müdürlerinin %83'ünün erkeklerden oluştuğu belirlenmiştir. Bu nedenle elde edilen bulgunun sahayla ve literatürle örtüştüğü düşünülmektedir.

Şef pozisyonuna yönelik değerlendirmede erkek cinsiyeti çağrışım oranı %63 oranına kadar yükselmekte, her iki cinsiyetin çağrışım oranı %35-%37 düzeyine, kadın cinsiyeti çağrışım oranı ise %1-%2 düzeyine gerilemektedir. Hiyerarşik değerlendirmede ele alınan tüm pozisyonlar içerisinde en yüksek erkek cinsiyeti çağrışımı oranı ve en düşük kadın cinsiyeti çağrışımı oranı şef pozisyonuna aittir. Bu sonuç şef pozisyonunun hem kadın hem erkek öğrencilerde erkek cinsiyeti ile ilgili baskın bir algı oluşturduğunu göstermektedir.

Personel pozisyonuna ilişkin değerlendirmeler incelendiğinde, erkek cinsiyeti egemen algının bu pozisyonda belirli bir oranda ortadan kalktığı (%9-%12) ve hem kadın hem erkek öğrencilerde bu pozisyon için baskın oranda (%82-%85) her iki cinsiyetin de çağrışım yaptığı görülmektedir. Her iki cinsiyet oranının en yüksek düzeyde olduğu pozisyonlar erkek egemen çıkan pozisyonlara nazaran kadın cinsiyetinin de belirli bir oranda varlık gösterdiği pozisyonlar olarak değerlendirilebilir. Yine de bu sonuçtan hareketle kadın çalışanlar lehine olumlu bir tablonun olduğunu söylemek yanlış olacaktır. Ancak bu durumda daha az adaletsiz bir cinsiyet çağrışımının olduğunu söylemek mümkündür. Yukarıdaki bulgular yeniden değerlendirilecek olursa; hiyerarşik açıdan alt pozisyonlara doğru inildiğinde, kadın çalışanlar lehine daha az adaletsiz bir cinsiyet çağrışımının ortaya çıktığı ifade edilebilir. Diğer bir ifadeyle kadın cinsiyet algısına dair adaletsizlik, niteliksiz işlerde azalış göstermektedir. Analizin ortaya koyduğu bir diğer önemli bulgu da kadın cinsiyeti aleyhine ortaya çıkan bu tabloda kadın öğrencilerin algılarının erkek öğrencilerin algılarından istatistiksel açıdan hiçbir pozisyonda anlamlı ölçüde (tüm pozisyonlar için $p>0,05$) farklılaşmadığının belirlenmesidir.

Tablo 7: Öğrencilerin Departman Yöneticilerine Yönelik Algısına İlişkin Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonucu

		Kadın cinsiyeti çağrışımı	Erkek cinsiyeti çağrışımı	Her iki cinsiyet çağrışımı	Pearson Ki-Kare Değeri	Anlamlılık (p)
Önbüro Müdürü						
Kadın	Sayı	21	33	57	20,577	0,000
	% Cinsiyet içerisinde	18,9%	29,7%	51,4%		
Erkek	Sayı	5	66	67		
	% Cinsiyet içerisinde	3,6%	47,1%	47,9%		
Yiyecek-İçecek Müdürü						
Kadın	Sayı	11	59	41	2,499	0,287
	% Cinsiyet içerisinde	9,9%	53,2%	36,9%		
Erkek	Sayı	15	87	39		
	% Cinsiyet içerisinde	10,6%	61,7%	27,7%		
Kat Hizmetleri Müdürü						
Kadın	Sayı	44	22	45	5,354	0,148
	% Cinsiyet içerisinde	39,6%	19,8%	40,5%		
Erkek	Sayı	63	35	40		
	% Cinsiyet içerisinde	45,0%	25,0%	28,6%		
Misafir İlişkileri Müdürü						
Kadın	Sayı	35	16	54	3,317	0,345
	% Cinsiyet içerisinde	31,5%	14,4%	48,6%		
Erkek	Sayı	47	23	69		
	% Cinsiyet içerisinde	33,3%	16,3%	48,9%		
Satış ve Pazarlama Müdürü						
Kadın	Sayı	23	37	50	1,217	0,749
	% Cinsiyet içerisinde	20,7%	33,3%	45,0%		
Erkek	Sayı	26	53	59		
	% Cinsiyet içerisinde	18,4%	37,6%	41,8%		
Anımsayon Müdürü						
Kadın	Sayı	7	59	45	4,937	0,176
	% Cinsiyet içerisinde	6,3%	53,2%	40,5%		
Erkek	Sayı	15	70	51		
	% Cinsiyet içerisinde	10,7%	50,0%	36,4%		

Tablo 7'de sunulan, departman yöneticilerine ilişkin sonuçlar incelendiğinde; önbüro müdürü, misafir ilişkileri müdürü ve satış pazarlama müdürü pozisyonlarının öğrencilere baskın oranda (%42-%51) her iki cinsiyeti de çağrıştırdığı görülmektedir. Bu nedenle bu departmanlarda kadın cinsiyeti lehine daha az olumsuz bir tablonun söz konusu olduğu söylenebilir. Ancak Ki-Kare Bağımsızlık testi sonucu, özellikle önbüro müdürünün cinsiyet algısının kadın ve erkek öğrenciler açısından istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde farklılaştığını ortaya koymaktadır. Testin sonucunda kadın öğrencilere önbüro müdürü pozisyonunun daha çok her iki cinsiyeti de çağrıştırdığı görülürken, bu pozisyonun erkek

öğrencilere her iki cinsiyeti çağrıştırdığı kadar erkek cinsiyetini de çağrıştırdığı bulgulanmıştır. Öğrencilere sunulan diğer pozisyonların cinsiyet algılarında ise katılımcıların cinsiyetine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı (tüm pozisyonlar için $p>0,05$) belirlenmiştir.

Tüm departman müdürlüğü pozisyonları incelendiğinde kadın cinsiyetinin baskın cinsiyet (%40-%45) çağrışımı yaptığı tek pozisyonun ise kat hizmetleri müdürü pozisyonu olduğu görülmektedir. Bununla birlikte misafir ilişkileri (%32-%33) ve satış & pazarlama müdürü (%18-%21) pozisyonlarında kadın cinsiyet çağrışım oranı diğer departman müdürlüklerindeki kadın cinsiyet çağrışım oranına göre daha yüksektir. Bulgular farklı bir açıdan incelendiğinde, kat hizmetleri departmanı hariç olmak üzere, otellerde misafir ile etkileşimin daha yüksek olduğu, sınır birim departmanlarda ya her iki cinsiyet çağrışımının en yüksek orana sahip olduğu ya da kadın cinsiyet çağrışım oranının nispeten daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durumun otelcilikteki sınır birimlerde kadınların "estetik emek" özelliklerinin değerlendirilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 8: Öğrencilerin Önbüro Departmanındaki Pozisyonlara Yönelik Cinsiyet Algısına İlişkin Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonucu

		Kadın cinsiyeti çağrışımı	Erkek cinsiyeti çağrışımı	Her iki cinsiyet çağrışımı	Pearson Ki-Kare Değeri	Anlamlılık (p)
Resepsiyon Şefi						
Kadın	Sayı	18	37	54	4,161	0,245
	% Cinsiyet içerisinde	16,4%	33,6%	49,1%		
Erkek	Sayı	15	60	66		
	% Cinsiyet içerisinde	10,6%	42,6%	46,8%		
Rezervasyon Şefi						
Kadın	Sayı	17	34	59	4,521	0,210
	% Cinsiyet içerisinde	15,3%	30,6%	53,2%		
Erkek	Sayı	15	57	65		
	% Cinsiyet içerisinde	10,6%	40,4%	46,1%		
Resepsiyonist						
Kadın	Sayı	51	9	49	18,9	0,000
	% Cinsiyet içerisinde	46,4%	8,2%	44,5%		
Erkek	Sayı	31	27	74		
	% Cinsiyet içerisinde	22,6%	19,7%	54,0%		
Santralist						
Kadın	Sayı	33	47	23	2,381	0,497
	% Cinsiyet içerisinde	29,7%	42,3%	20,7%		
Erkek	Sayı	37	55	41		
	% Cinsiyet içerisinde	26,2%	39,0%	29,1%		
Bell Captain						
Kadın	Sayı	6	90	10	4,706	0,195
	% Cinsiyet içerisinde	5,5%	81,8%	9,1%		
Erkek	Sayı	3	108	21		
	% Cinsiyet içerisinde	2,1%	76,6%	14,9%		
Bellboy						

Kadın	Sayı	1	102	6	3,651	0,302
	% Cinsiyet içerisinde	,9%	93,6%	5,5%		
Erkek	Sayı	5	128	4		
	% Cinsiyet içerisinde	3,6%	92,8%	2,9%		

Tablo 8'de sunulan sonuçlarda önbüro departmanındaki; resepsiyon şefi, rezervasyon şefi ve resepsiyonist pozisyonlarında en yüksek çağrışım oranlarının (%45-%54) her iki cinsiyete ait olduğu görülmektedir. Bu pozisyonlar bazında cinsiyetler arasında daha az eşitsiz bir durumun olduğu söylenebilir. Ancak Ki-Kare Bağımsızlık testi sonucu, özellikle resepsiyonist pozisyonunun cinsiyet algısının kadın ve erkek öğrenciler açısından istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde farklılaştığını ($p: 0,000$; $p<0,05$) ortaya koymaktadır. Testin sonucunda erkek öğrencilere resepsiyonist pozisyonunun daha çok her iki cinsiyeti de çağrıştırdığı görülürken bu pozisyonun kadın öğrencilere her iki cinsiyeti çağrıştırdığından daha çok kadın cinsiyetini çağrıştırdığı bulgulanmıştır. Öğrencilere sunulan diğer pozisyonların cinsiyet algılarında ise katılımcıların cinsiyetine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir.

Önbüro departmanı bazında kadın cinsiyeti lehine en yüksek oran resepsiyonist pozisyonunda görülmektedir. Ancak aynı pozisyonun bir üstü olan resepsiyon şefi pozisyonuna ilişkin bulgular incelendiğinde, kadın cinsiyet çağrışım oranının %11-%16 düzeyine gerilediği, erkek cinsiyet çağrışım oranının ise %34-%43 düzeyine yükseldiği görülmektedir. Bu sonuç, pozisyonda terfi durumunda kadın çalışanların bazı dezavantajlara sahip olduğunu düşündürmektedir. Santralist pozisyonunun öğrencilerin çoğunluğuna (%39-%42) erkek cinsiyetini çağrıştırdığı görülmektedir. Ancak sektördeki santralist pozisyonunda çalışanların önemli bir kısmının kadınlardan oluştuğu bilinmektedir. Öğrencilerin bu pozisyon ile ilgili algılarının pozisyonun adının teknik (santral) bir çağrışım yapıyor olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Önbüro departmanındaki bellcaptain ve bellboy pozisyonlarının öğrencilerin büyük çoğunluğuna (%77-%94) erkek cinsiyetini çağrıştırdığı belirlenmiştir. Bu algı, sektörün pratikteki gerçeği ile uyuzmaktadır. Özellikle bellboyluk pozisyonunda yapılan işlerin yoğun fiziksel emek gerektiriyor olması, bellcaptain pozisyonuna da bellboyluk pozisyonundan terfi edilerek ulaşıyor olması, bu iki pozisyon için erkek çalışan istihdamını tercih edilir hale getirmektedir.

Tablo 9: Öğrencilerin Servis (Restaurant & Bar) Departmanındaki Pozisyonlara Yönelik Cinsiyet Algısına İlişkin Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonucu

		Kadın cinsiyeti çağrışımı	Erkek cinsiyeti çağrışımı	Her iki cinsiyet çağrışımı	Pearson Ki-Kare Değeri	Anamlılık (p)		
Restoran Şefi								
Kadın	Sayı	2	67	42	4,026	0,133		
	% Cinsiyet içerisinde	1,8%	60,4%	37,8%				
Erkek	Sayı	8	92	41				
	% Cinsiyet içerisinde	5,7%	65,2%	29,1%				
Kaptan								
Kadın	Sayı	3	91	17			4,757	0,190
	% Cinsiyet içerisinde	2,7%	82,0%	15,3%				
Erkek	Sayı	5	100	33				
	% Cinsiyet içerisinde	3,6%	71,4%	23,6%				
Garson								
Kadın	Sayı	5	29	76	13,615	0,003		
	% Cinsiyet içerisinde	4,5%	26,4%	69,1%				
Erkek	Sayı	4	68	68				
	% Cinsiyet içerisinde	2,8%	48,2%	48,2%				
Barmen								
Kadın	Sayı	3	82	26			0,775	0,679
	% Cinsiyet içerisinde	2,7%	73,9%	23,4%				
Erkek	Sayı	5	109	27				
	% Cinsiyet içerisinde	3,5%	77,3%	19,1%				
Komi								
Kadın	Sayı	4	36	69	3,065	0,382		
	% Cinsiyet içerisinde	3,6%	32,4%	62,2%				
Erkek	Sayı	5	60	72				
	% Cinsiyet içerisinde	3,6%	42,9%	51,4%				

Restoran ve bar departmanlarını kapsayacak şekilde tanımlanan servis departmanına ilişkin Tablo 9'da sunulan bulgular incelendiğinde; servis departmanı ile ilgili olarak öğrencilerin değerlendirmesine sunulan pozisyonların hiç birinde kadın cinsiyet çağrışım oranının %6'nın üzerinde olmadığı görülmektedir. Servis departmanındaki restoran şefi, kaptan ve barmen pozisyonlarında büyük oranlarda (%60-%82) erkek cinsiyetinin çağrışım yapıyor olması, bu pozisyonların erkek egemen pozisyonlar olduğunu düşündürmektedir. Genellikle bu pozisyonlardan terfi edilerek erişilen yiyecek-içecek müdürü pozisyonu, diğer tüm departman müdürleri içerisinde en yüksek (%53-%62) erkek cinsiyet çağrışımı yapan departman müdürü pozisyonu olarak tespit edilmiştir (Tablo 7). Bu bulgunun, restoran şefi ve kaptan pozisyonlarına ilişkin bulgular ile tutarlılık gösterdiği görülmektedir. Garson ve komi pozisyonları gibi başlangıç düzeyinde sayılabilecek pozisyonlarda her iki cinsiyet çağrışımın yüksek olduğu (%48-%70), ancak yukarı

doğru gidildikçe durumun kadın çalışanların aleyhine (%2-%6 kadın cinsiyet çağrışım oranı) geliştiği görülmektedir. Bu bölümde yapılan Ki-Kare Bağımsızlık testi, tüm pozisyonlar içerisinde yalnız garson pozisyonunda katılımcıların cinsiyetleri bazında istatistiksel açıdan anlamlı ($p:0,003$; $p<0,05$) bir farkın oluştuğunu ortaya koymuştur. Testten elde edilen sonuca göre; her iki cinsiyetin toplamı bazında bakılacak olursa, garson pozisyonunda en yüksek cinsiyet algısı, her iki cinsiyet şeklindedir. Ancak bulgular dikkatlice incelendiğinde garson pozisyonu kadın öğrencilere daha çok (%69) her iki cinsiyeti birlikte çağrıştıran, erkek öğrencilere her iki cinsiyet kadar erkek cinsiyetini de çağrıştırmaktadır.

Tablo 10: Öğrencilerin Mutfak Departmanındaki Pozisyonlara Yönelik Cinsiyet Algısına İlişkin Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonucu

		Kadın cinsiyeti çağrışımı	Erkek cinsiyeti çağrışımı	Her iki cinsiyet çağrışımı	Pearson Ki-Kare Değeri	Anlamlılık (p)		
Mutfak Şefi								
Kadın	Sayı	7	58	45	3,784	0,286		
	% Cinsiyet içerisinde	6,3%	52,3%	40,5%				
Erkek	Sayı	12	87	41				
	% Cinsiyet içerisinde	8,5%	61,7%	29,1%				
Aşçı								
Kadın	Sayı	7	39	64			1,64	0,650
	% Cinsiyet içerisinde	6,4%	35,5%	58,2%				
Erkek	Sayı	10	49	80				
	% Cinsiyet içerisinde	7,1%	34,8%	56,7%				
Pastacı								
Kadın	Sayı	25	20	65	12,467	0,006		
	% Cinsiyet içerisinde	22,7%	18,2%	59,1%				
Erkek	Sayı	15	48	76				
	% Cinsiyet içerisinde	10,7%	34,3%	54,3%				
Kasap								
Kadın	Sayı	4	96	10			2,969	0,227
	% Cinsiyet içerisinde	3,6%	87,3%	9,1%				
Erkek	Sayı	6	112	23				
	% Cinsiyet içerisinde	4,3%	79,4%	16,3%				
Bulaşıkane Şefi								
Kadın	Sayı	19	39	52	3,094	0,213		
	% Cinsiyet içerisinde	17,3%	35,5%	47,3%				
Erkek	Sayı	24	64	52				
	% Cinsiyet içerisinde	17,1%	45,7%	37,1%				
Bulaşıkçı								
Kadın	Sayı	30	19	61			1,428	0,490
	% Cinsiyet içerisinde	27,3%	17,3%	55,5%				
Erkek	Sayı	40	32	69				
	% Cinsiyet içerisinde	28,4%	22,7%	48,9%				

Tablo 10'da sunulan sonuçlarda, mutfak departmanındaki; aşçı, pastacı, bulaşıkhanne şefi ve bulaşıkçı pozisyonlarının öğrencilerde büyük oranlarda (%37-%59) her iki cinsiyeti birden çağrıştırdığı görülmektedir. Ancak bulaşıkhanne şefi pozisyonu kadın ve erkek öğrencilerin toplamına büyük oranda her iki cinsiyeti de çağrıştırdığı bu pozisyonun erkek öğrencilere daha çok erkek cinsiyetini çağrıştırdığı görülmektedir. Mutfak şefi pozisyonu %52-%62'lik oranlar ile öğrencilerin çoğunluğuna erkek cinsiyetini çağrıştırmaktadır. Araştırmanın diğer bulgularında olduğu gibi bu departmanda da yönetici pozisyonunda erkek hakimiyetine yönelik bir algının var olduğu görülmektedir.

Bu bölümde yapılan Ki-Kare Bağımsızlık testi, tüm pozisyonlar içinde yalnız pastacı pozisyonunda katılımcıların cinsiyetleri bazında istatistiksel açıdan anlamlı ($p:0,006$; $p<0,05$) bir farkın oluştuğunu ortaya koymuştur. Testten elde edilen sonuca göre; kadın ve erkek öğrencilerin toplamı bazında bakılacak olursa pastacı pozisyonunda en yüksek cinsiyet algısı, her iki cinsiyet şeklindedir. Ancak bulgular dikkatlice incelendiğinde pastacı pozisyonunun kadın öğrencilere ikincil yüksek oranda (%23) kadın cinsiyetini, erkek öğrencilere ise ikincil yüksek oranda (%34) erkek cinsiyetini çağrıştırdığı belirlenmiştir. Mutfak departmanında kadın cinsiyet çağrışımının en yüksek olduğu pozisyonun; bulaşıkçı (%27-%28) pozisyonu olması, kadın cinsiyeti açısından dramatik bir bulgudur.

Tablo 11: Öğrencilerin Kat Hizmetleri Departmanındaki Pozisyonlara Yönelik Cinsiyet Algısına İlişkin Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonucu

		Kadın cinsiyeti çağrışımı	Erkek cinsiyeti çağrışımı	Her iki cinsiyet çağrışımı	Pearson Ki-Kare Değeri	Anlamlılık (p)		
Kat Şefi								
Kadın	Sayı	23	30	57	3,259	0,353		
	% Cinsiyet içerisinde	20,9%	27,3%	51,8%				
Erkek	Sayı	38	43	59				
	% Cinsiyet içerisinde	27,0%	30,5%	41,8%				
Oda Temizlik Görevlisi								
Kadın	Sayı	53	8	49			2,546	0,467
	% Cinsiyet içerisinde	47,7%	7,2%	44,1%				
Erkek	Sayı	68	18	53				
	% Cinsiyet içerisinde	48,6%	12,9%	37,9%				
Meydan Şefi								
Kadın	Sayı	7	76	24	2,967	0,397		
	% Cinsiyet içerisinde	6,4%	69,1%	21,8%				
Erkek	Sayı	7	92	40				
	% Cinsiyet içerisinde	5,0%	65,7%	28,6%				
Meydancı								
Kadın	Sayı	5	83	20			1,756	0,625
	% Cinsiyet içerisinde	4,5%	75,5%	18,2%				
Erkek	Sayı	8	95	34				
	% Cinsiyet içerisinde	5,7%	67,9%	24,3%				

Öğrencilerin kat hizmetleri departmanındaki pozisyonlara yönelik cinsiyet algılarına ilişkin Tablo 11'de sunulan sonuçlar incelendiğinde; kadın cinsiyeti çağrışımının bu araştırmada sorgulanan tüm iş ve pozisyonlar (32 iş/pozisyon) içerisinde en yüksek oranı (%49) oda temizlik görevlisi pozisyonunda yakaladığı görülmektedir. Temizlik işinin geleneksel bir biçimde kadın işi olarak algılanmasının otelcilik sektöründe de yansımaları oluşturduğu görülmektedir. Kat şefi pozisyonunun büyük oranlarda (%42-%52) her iki cinsiyeti de çağrıştırdığı anlaşılırken meydan şefi ve meydancı pozisyonlarının büyük oranlarda (%66-%76) erkek cinsiyetini çağrıştırdığı görülmektedir. Meydan şefi ve meydancı pozisyonlarında sektörde genellikle erkek çalışanların istihdam edildiği bilinmektedir. Ancak kat şefi pozisyonu için aynı durumun söz konusu olmadığı, bu pozisyonun daha çok oda temizlik görevlilerinden terfi eden kadın çalışanlar tarafından doldurulduğu ve çoğunlukla kadınların istihdam edildiği bir pozisyon olduğu bilinmektedir. Öğrencilerin bu yönde bir algıya sahip olmasının nedeninin pozisyonun "şef" düzeyinde olmasından, diğer bir ifade ile "şef" algısının öğrencilerdeki maskülen çağrışımından kaynaklandığı düşünülmektedir. Araştırmanın daha yukarıdaki bulgularında (Tablo 6) şef pozisyonunun baskın bir şekilde (%63) erkek cinsiyetini çağrıştırdığı belirlenmiştir. Bu bölümde de uygulanan Ki-Kare Bağımsızlık testi sonucu; her iki cinsiyetteki öğrencilerin, sunulan pozisyonların cinsiyet algısına ilişkin değerlendirmelerinin istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde değişmediğini (tüm pozisyonlar için $p>0,05$) ortaya koymuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada gerçekleştirilen analizler sonucunda; "genel müdür, müdür, şef "gibi pozisyonların öğrencilere büyük oranda erkek cinsiyetini çağrıştırdığı belirlenmiştir. Bu pozisyonların kadın cinsiyetini çağrıştırdığını düşünen öğrencilerin oranı %2 - %5 düzeyindedir (Tablo 6). Ancak hiyerarşik açıdan daha ast konumda olan "personel" pozisyonunda, daha çok (%82-%85 oranında) her iki cinsiyetin birlikte çağrışım yaptığı, diğer bir ifadeyle bu pozisyonda kadın cinsiyeti açısından daha az adaletsiz bir durumun olduğu söylenebilir. Araştırmanın genelinde elde edilen bulguların neredeyse tümünde, hiyerarşik açıdan üst pozisyonlarda daha çok erkek cinsiyetinin çağrışım yaptığı, kadın cinsiyeti çağrışım oranının çok düşük düzeylerde olduğu bulgulanmıştır. Öğrencilerin bu algılarının; sektördeki pratik gerçekten ve kısmen de toplumsal cinsiyet algılarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Aynı araştırmanın ülkemizde başka sektörlerde uygulanması halinde de kadın çalışanlara yönelik dezavantajlı tablonun çok fazla farklılaşmayacağı tahmin edilmektedir. Armstrong (1978) tarafından İskoçya'da yürütülen araştırmada turizm sektörü çalışanlarını önemli oranda kadınların oluşturduğu, ancak yönetici konumunda geleneksel bir şekilde erkeklerin rol aldığı görülmüştür (Aktaran: Kinnaird ve Hall, 1996: 96). Ng ve Pine (2003: 87) 1989, 1994 ve 1999 yıllarında, Hong-Kong'daki konaklama

işletmelerindeki genel müdürlerin; en az %93'ünün, departman müdürlerinin en az %73'ünün, departman müdür yardımcılarının en az %51'inin erkeklerden oluştuğunu belirtmektedirler. Ng ve Pine (2003) tarafından elde edilen bulgularda da hiyerarşik açıdan ast pozisyonlara doğru inildikçe, cinsiyet dengesizliğinin kadın çalışanlar lehine kısmen de olsa düzeliş gösterdiği belirtilmektedir. Pınar ve diğerleri (2011: 76) tarafından Marmaris'teki konaklama işletmelerinde yapılan araştırmada işletmedeki pozisyonlar ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunamamış, ancak işletmelerdeki orta ve üst düzey yöneticilerin en az % 67'sinin erkek çalışanlardan oluştuğu bulgulanmıştır.

Departman yöneticileri bazında yapılan incelemede; önbüro müdürü, misafir ilişkileri müdürü ve satış pazarlama müdürü pozisyonlarında cinsiyet eşitsizliğinin nispeten daha az olduğu belirlenmiştir. Kat hizmetleri müdürü pozisyonu, departman müdürü pozisyonları içerisinde kadın cinsiyet algısının en baskın (%40-%45) olduğu pozisyonudur. Bu durumun, kat hizmetleri departmanının ağırlıklı olarak kadın çalışanlardan oluşmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu departmanın çalışanlarının ağırlıklı olarak kadınlardan oluşuyor olmasının nedeni ise departmanın daha çok temizlik, oda düzenlemesi gibi işler içeriyor olması ve bu tür işlerin de geleneksel bir biçimde kadın işi olarak algılanmasıdır. Bu araştırmada değerlendirmeye sunulan 32 pozisyon içerisinde kadın cinsiyeti çağrışım oranının en yüksek olduğu pozisyon: oda temizlik görevlisi pozisyonudur. Öğrencilerin her iki cinsiyette ortalama %48'i bu pozisyonun kadın cinsiyetini çağrıştırdığını düşünmektedirler. Doherty ve Manferdi'ye (2001: 67) göre; kadınların temizlik konusunda iyi olduklarına dair genel kanıdan dolayı, kat hizmetlerindeki işler genellikle kadınlar ile ilişkili olarak algılanmıştır. Ancak kadınların aşçılık konusunda da genelde evde erkeklerden daha fazla ön planda rol aldıkları düşünüldüğünde bu durumun da sektöre yansımaları beklenebilirdi. Fakat aşçı pozisyonunun kadın cinsiyeti algısının bu araştırmada %6-%7 düzeyinde olduğu bulgusu Doherty ve Manferdi'nin (2001) değerlendirmesinin doğruluğunu bozmamakla birlikte düşündürücü hale gelmesine neden olmaktadır. Ev yaşantısında kadınların, mutfak ve ev işlerinde genellikle erkeklerden daha fazla rol almasına rağmen sektördeki aşçılık pozisyonuna bu durumun yansımamasının mutfakın iş koşullarından ve erkek egemen yapısından da kaynaklandığı düşünülmektedir. Mutfak departmanında, oransal olarak daha az kadın çalışanın görev yapıyor olması, kadınların bu departmanda kariyerden çekince duymalarına ve bu departmandaki kadın çalışan sayısının azlığının da departmanın erkek egemen bir yapıya bürünmesine neden olduğu düşünülmektedir. Jordan'a (1997: 526) göre; daha çok kadın çalışanların istihdam edildiği düşük nitelikli meslekler zamanla kadın cinsiyeti tarafından domine edilir hale gelmektedir. Şu halde Jordan'ın (1997) yorumu bir başka değerlendirmeye daha kapı aralamaktadır: Kadın çalışanların daha az görev aldığı departmanlar, zamanla erkek egemen hale gelebilmektedir. Genel olarak mutfak departmanında, özel olarak ise aşçılık pozisyonunda böyle bir durumun söz konusu olduğu düşünülmektedir.

Önbüro departmanındaki; resepsiyon şefi, rezervasyon şefi ve resepsiyonist pozisyonlarında en yüksek oranların her iki cinsiyete ait olduğu belirlenmiş, özellikle öğrencilerin resepsiyonist pozisyonuna yönelik algılarında, cinsiyetleri bazında farklılaşma olduğu görülmüştür. Yapılan Ki-Kare Bağımsızlık testinin sonucunda; resepsiyonist pozisyonunun erkek öğrencilere daha çok her iki cinsiyeti çağrıştırdığı ancak kadın öğrencilere daha çok kadın cinsiyetini çağrıştırdığı belirlenmiştir. Resepsiyonist görevini yürüten kişiler otelin yüzü konumunda oldukları için kadın çalışanlara bu görevde ayrı bir önem verilmektedir. Bu durum, bu pozisyonda kadın çalışanların da sık görülmesine imkan vermektedir. Ancak genellikle resepsiyonist pozisyonundan terfi edilerek ulaşılan resepsiyon şefi pozisyonu incelendiğinde; kadın cinsiyet çağrışım oranının %11-%16 düzeyine gerilediği, erkek cinsiyet çağrışım oranının %34-%43 düzeyine yükseldiği görülmektedir. Bu departmanın tepe pozisyonu olan önbüro müdürü pozisyonunda (Tablo 7) ise erkek cinsiyeti çağrışım oranı (%30-%47), kadın cinsiyeti çağrışım oranının (%4-%19) çok üzerindedir. Bu departmanda da hiyerarşik açıdan yukarı gidildikçe erkek cinsiyeti çağrışım oranının artıp, kadın cinsiyeti çağrışım oranının azaldığı görülmektedir.

Restoran, bar ve oda servisi birimlerini bünyesinde bulduran servis departmanına ilişkin olarak sorgulanan pozisyonların hiç birinde kadın cinsiyet çağrışım oranının %6'nın üzerine çıkamadığı görülmüştür. Pınar ve diğerleri (2009: 2) konaklama işletmelerinin bazı departmanlarında yalnız belirli bir cinsiyetin baskın olduğunun çok açık bir şekilde görülebileceğini ifade etmişlerdir. Elde edilen bu sonucun Pınar ve diğerlerinin (2009: 2) değerlendirmesi ile örtüştüğü düşünülmektedir. Özellikle restoran şefi, kaptan ve barmen pozisyonlarında erkek cinsiyeti çağrışım oranı %60-%82 düzeyindedir. Bu departmanın tepe yöneticisi olan yiyecek-içecek müdürü pozisyonunun tüm departman müdürü pozisyonları içerisinde en yüksek erkek cinsiyeti algısı oranına (Tablo 7; %53-%62) ulaşan pozisyon olduğu belirlenmiştir. Böyle bir durumun ortaya çıkmasında yiyecek-içecek departmanının yukarıda açıklanan erkek egemen yapısının ve çalışma koşullarının önemli oranda etkili olduğu düşünülmektedir. Yapılan işlerin; yoğun fiziksel çaba, uzun mesai süreleri gibi zorluklar içeriyor olmasının, kadın çalışanların bu departmanda uzun süre çalışmasına ve terfi olarak ilerleme kaydedecek fırsatı bulamamasına neden olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın diğer bulguları ile örtüşür bir biçimde bu departmana yönelik yapılan incelemede de garson, komi gibi hiyerarşik açıdan daha düşük pozisyonlara inildiğinde, her iki cinsiyet algısının oranında artış gözlenmektedir. Yapılan Ki-Kare Bağımsızlık testi sonucunda, öğrencilerin garson pozisyonuna yönelik cinsiyet algılarının anlamlı ölçüde farklılaştığı, garson pozisyonunun kadın öğrencilere daha çok her iki cinsiyeti birden çağrıştırdığı ancak erkek öğrencilere bu pozisyonun her iki cinsiyet kadar erkek cinsiyetini de çağrıştırdığı belirlenmiştir. Toplumda uzun yıllardan beri garsonluk bir erkek işi olarak algılanmıştır. Ancak son yıllarda kadınların da özellikle profesyonel işletmelerde bu işte görev yapar hale geldikleri ve toplumdaki algının da belirli bir oranda değişmeye başladığı düşünülmektedir.

Öğrencilerin mutfak departmanındaki pozisyonlara yönelik algıları incelendiğinde; aşçı, pastacı, bulaşıkhanne şefi, bulaşıkçı gibi pozisyonlarda her iki cinsiyet algısının en yüksek oranı (%37-%59) yakaladığı belirlenmiştir. Ancak bu departmanda en yüksek kadın cinsiyeti çağrışım oranının; bulaşıkçı (%27-%28) pozisyonunda gerçekleştiği belirlenmiştir. Pozisyonların içeriği dikkate alındığında kadın cinsiyeti açısından dramatik bir bulgunun ortaya çıktığı düşünülmektedir. Diğer departmanlarda hiyerarşik yapıda görülen adaletsizlik bu departmanda da açık bir biçimde kendini göstermektedir. Öğrencilerin %52-%62'lik oranlarla büyük çoğunluğuna mutfak şefi pozisyonunun erkek cinsiyetini çağrıştıran olması, bu değerlendirmenin en önemli gerekçelerinden biridir. Yapılan Ki-Kare Bağımsızlık testi sonucunda mutfak departmanında yalnız pastacı pozisyonunda öğrencilerin algılarının cinsiyetlerine göre farklılaştığı belirlenmiştir. Analiz sonucuna göre; pastacı pozisyonu kadın öğrencilere her iki cinsiyetten sonra daha çok kadın cinsiyetini, erkek öğrencilere ise yine her iki cinsiyetten sonra en çok erkek cinsiyetini çağrıştırdığı belirlenmiştir. Pastacı pozisyonunun mutfaktaki diğer işlere nazaran daha iyi çalışma koşullarına sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bu pozisyondaki işlerin özellikle sıcak mutfaktaki gibi zor koşullarda gerçekleşmemesi kadın çalışanlar açısından bir kolaylık sağlamaktadır. Bu nedenle sahada da pastane biriminde diğer mutfak birimlerine nazaran daha fazla kadın çalışanın görev yaptığı görülebilir. Bu birimdeki kadın çalışan sayısının diğer mutfak birimlerine göre fazla olmasının da pastane birimini kadın çalışanlar tarafından daha tercih edilir hale getirdiği düşünülmektedir.

Bassey ve diğerlerine (2012: 238) göre; belirli bir cinsiyette doğmak kişinin kendi tercihinin bir sonucu değildir. Ancak cinsiyet kişinin toplum içindeki durumundan sosyal rollerine kadar birçok konuda etken bir faktördür. Meslek de bu şekilde cinsiyet ile etkileşim halinde olan olgulardan biridir. (Bassey vd., 2012:238). Yapılan iş, bulunulan pozisyon ve cinsiyet arasındaki etkileşim, bu araştırmanın sonuçlarında da görülmektedir. Tüm bulgular birlikte okunduğunda; kadın cinsiyetinin genellikle hiyerarşik açıdan düşük seviyedeki işlerde çağrışım yaptığı veya her iki cinsiyet algısı oranının daha çok bu pozisyonlarda yüksek oranı yakaladığı belirlenmiştir. Literatürde, bu araştırmanın sonuçları ile örtüşen çeşitli çalışmalara da ulaşabilmek mümkündür. Kinnaird ve Hall (1996: 97) de turizm sektöründeki mesleklerin cinsiyetler bazında ayrıştığının literatürde gözlemlenebileceğini, sektördeki niteliksiz işlerin büyük oranda kadınlar tarafından gerçekleştirildiğini belirtmektedirler. Toynbee (2003) turizm sektöründe kadınların genellikle düşük statülü ve niteliksiz işlerde çalışmak durumunda kaldıklarını belirtmişlerdir (Aktaran: Baum, 2007: 1395). Biswas ve Cassell'e (1996: 22) göre; konaklama işletmelerinde kadınların daha çok kat hizmetlerinde temizlik görevlisi gibi pozisyonlarda çalışırken, erkekler şeflik ve müdürlük gibi daha prestijli pozisyonlarda görev yapmaktadırlar. Jordan'a (1997: 526) göre; daha çok kadın çalışanların istihdam edildiği düşük nitelikli meslekler zamanla kadın cinsiyeti tarafından domine edilir hale gelmektedir. Bir mesleğin çoğunlukla kadın çalışanlar

tarafından icra ediliyor olması, o mesleklerin bir süre sonra kadın meslekleri olarak algılanmasına neden olmaktadır.

Yine turizm öğrencileri ile yapılan bir başka çalışmada da öğrencilerin terfi ve atamalarda cinsiyete dayalı ayrımcılık yapıldığını düşündükleri belirenmiş, üst düzey terfilerde kadınların dezavantajlı konumda oldukları ifade edilmiştir (Aktaran: Arlı, 2013: 287). Ancak bu çalışmada sorgulanan 32 iş ve pozisyonun çok büyük bir çoğunluğunda (28 iş ve pozisyonda), kadın öğrencilerin iş ve pozisyonlara yönelik cinsiyet algılarının erkek öğrencilerden istatistiksel açıdan anlamlı sayılacak ölçüde farklı olmaması, bu araştırmanın çarpıcı bulgularından biridir. Bu durumun, kadın öğrencilerin de pratikte karşılaştıkları gerçekleri benimsemelerinden kaynaklandığı tahmin edilmektedir.

Cave ve Kılıç'a (2010: 284) göre; işletmelerde uygulanan terfi prosedürlerinin şeffaf olmayışı kadın çalışanları hayal kırıklığına uğratan ve demotive eden faktörlerden biridir. Doherty ve Manferdi (2001: 68) kadınların üst yönetime yükselememesinde etkili olan faktörleri; aile sorumlulukları, uygulanan vardiya sistemi ve uzun çalışma süreleri olarak ifade etmişlerdir. Kadın çalışanların sektördeki işler nedeniyle özel hayatları ve sosyal hayatlarında yaşayabileceklerini düşündükleri problemler de kadın çalışanları turizm sektöründe kariyerdan uzak tutan faktörler arasında sayılabilir (McCuddy vd., 2010: 480). Ng ve Pine'a (2003: 86) göre otelcilik sektörünün erkek yöneticiler ile çalışmaya eğilimli olması ve sektördeki çalışma süreleri de kadın çalışanlar için bir takım dezavantajlar oluşturmaktadır.

Bu çalışmada elde edilen bulguların; başta öğrencilerin sektördeki gözlemlerini ve belirli oranda da toplumsal cinsiyet algılarını yansıttığı değerlendirilmekte, ulaşılan sonuçların sektördeki mevcut durum ile örtüştüğü düşünülmektedir. Turizm sektöründe kadın çalışanların "dezavantajlı grup" konumunda olduğuna işaret eden bu sonucun iyileştirilmesi için, turizm öğrencilerinin farkındalıklarını yükseltecek çözümler üretilmesinin faydalı olabileceği değerlendirilmektedir. Bu noktada bilhassa ortaöğretim seviyesindeki turizm eğitiminden başlamak üzere, yükseköğretimin tüm seviyelerindeki turizm öğrencilerine, turizm istihdamında cinsiyet eşitsizliği durumunun varlığını fark ettirecek bir müfredat düzenlemesi yapılmasının ve bu sorunun çözümüne katkı sunabilecek derslere yer verilmesinin faydalı olabileceği değerlendirilmektedir. Sorunun pratik sahadaki kısmına müdahale edilebilmesi için her düzeydeki turizm çalışanlarına yönelik farkındalık eğitimleri verilmesinin, insan kaynakları yöneticilerinin kadın çalışanların kariyer planlamalarında bu problemle baş edebilecek yeni stratejiler geliştirmelerinin çözüme katkı sunabileceği düşünülmektedir. Özellikle insan kaynakları yöneticilerinin üst yönetimin desteğiyle departman yöneticileri ile işbirliği halinde her departmandaki cinsiyet dengesini ve terfi politikalarını kadın çalışanların lehine gözetecek politikalar üretmelerinin hem istihdam politikalarına hem de işletmelerin verimliliğine katkı sunacağı tahmin edilmektedir. Öte yandan Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı

ile Kültür ve Turizm Bakanlığı gibi konuya paydaş kurumların da kadın istihdamını ve kadınların sektördeki kariyer gelişimini destekleyecek bazı yasal düzenlemeler ve teşvikler geliştirmesinin bu olumsuz durumun iyileştirilmesinde etkili olabileceği değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

Abbott, P. ve Lewry, S. (2011). *Front office: procedures, social skills, yield and management*. Great Britain: Taylor & Francis Publishing.

Adib, A. ve Guerrier, Y. (2003). The interlocking of gender with nationality, race, ethnicity and class: The narratives of women in hotel work. *Journal of Gender, Work and Organization*, 10 (4): 413-432.

Aktaş, A. (2002). *Turizm işletmeciliği ve yönetimi*. Ankara: Azim Matbaa Fatih Ofset.

Andrews, S. (2007). *Introduction to tourism and hospitality industry*. India: The McGraw Hill Companies.

Andrews, S. (2009). *Hotel front office: A training manual*. India: The McGraw Hill Companies.

Andrews, S. (2013). *Food and beverage service: A training manual*. India: The McGraw Hill Companies.

Arduser, L. ve Brown, D. R. (2005). *The encyclopedia of restaurant trainings*. USA: Atlantic Publishing Group.

Arlı, E. (2013). Deniz turizm sektöründe algılanan cinsiyet ayrımcılığı ve cinsiyet önyargısı: Karamürsel meslek yüksekokulu öğrencileri üzerine bir araştırma. *Çalışma ve Toplum Dergisi*, 38: 283-301.

Bassey, A. O., Ojua, T. A., Archibong, E. P. ve Bassey, U. A. (2012). Gender and occupation in traditional African settings: A study of Ikot Effanga Mkpka community Nigeria. *American International Journal of Contemporary Research*, 2 (3): 238-245.

Batman, O. (1999). *Otel işletmelerinin yönetimi*. Adapazarı: Değişim Yayınları.

Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism Management*, 28 (6): 1383-1399.

Bayram, M. (2011). Otel işletmelerinin genel müdür profillerinin değerlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (1): 35-48.

Bir, A. A. (1999). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1081.

Biswas, R. ve Cassell, C. (1996). Strategic HRM and the gendered division of labour in the hotel industry a case study. *Personnel Review*, 25 (2): 19-34.

Bulut, H. (2014). 4 ve 5 yıldızlı otellerde yiyecek-içecek maliyet kontrol sistemi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Burrell, J., Manfredi, S., Rollin, H., Price, L. ve Stead, L. (1997). Equal opportunities for women employees in the hospitality industry: A comparison between France, Italy, Spain and the UK. *International Journal of Hospitality Management*, 16 (2): 161-179.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.

Can, A. (2013). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. Ankara: Pegem Akademi.

Cave, P. ve Kılıç, S. (2010). The role of women in tourism employment with special reference to Antalya, Turkey. *Hospitality Marketing & Management*, 19 (3): 280-292.

Cengiz, M. (2012). Alanya bölgesindeki dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan yöneticilerin yenilikçilik anlayışı. *Yüksek Lisans Tezi*. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Chacko, H. E. (1998). Designing a seamless hotel organization. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10 (4): 133-138.

Chakravati, B. K. (2008). *Concept of front office management*. India: APH Publishing Corporation.

Dalkıranoglu, T. ve Çetinel, F. G. (2008). Konaklama işletmelerinde kadın ve erkek yöneticilerin cinsiyet ayrımcılığına karşı tutumlarının karşılaştırılması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20: 277-298.

Denizer, D. (2012). Yiyecek içecek işletmelerinin sınıflandırılması ve örgütlenmesi. M. Sarıışık (Ed.) *Yiyecek-içecek hizmetleri*: İçinde: 2-28. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Yayın No:1511.

Doherty, L. ve Manfredi, S. (2001). Women's employment in Italian and UK hotels. *Hospitality Management*, 20 (1): 61-76.

Emeksiz, M., Yolal, M., Acar Gürel, D. ve Akoğlan Kozak, M. (2013). Konaklama hizmetleri ve organizasyonu. D. A. Gürel (Ed.) *Otel işletmelerinde konaklama hizmetleri*: İçinde 2-18. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, No:2660.

Erdem, B. (2010). Kat hizmetleri yöneticilerinin hizmet kalitesi algıları: Konaklama işletmelerinde görgül bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (3): 165-182.

Ghosh, S. (2009). *Check in check out*. India: Global Media Publishing.

Ho, Z. (2013). Revisiting the glass ceiling: Career progression for women in the hotel industry. *Boston Hospitality Review*, Winter 2013: 33-36.

Iverson, K. (2000). The paradox of the contented female manager: An empirical investigation of gender differences in pay expectation in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 19 (1): 33-51.

Jordan, F. (1997). An occupational hazard? Sex segregation in tourism employment. *Tourism Management*, 18 (8): 525-534.

Kantarçı, K. (2006). *Konaklama işletmelerinde önbüro işlemleri ve yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kattara, H. (2005). Career challenges for female managers in Egyptian hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17 (3): 238-251.

Kinnaird, V. ve Hall, D. (1996). Understanding tourism processes: A gender-aware framework. *Tourism Management*, 17 (2): 95-102.

Leschziner, V. (2007). Recipes for success: Culinary styles professional careers and institutional patterns in the field of high cuisine. *Unpublished Doctoral Dissertation*. The State University of New Jersey, USA.

Mannan, B. A. (2008). *Encyclopaedia of hospitality management*. (Vol: I). India: Himalaya Publishing House.

McCuddy, M.K., Pınar, M. ve Birkan, İ. (2010). Gender bias in managing human resources in the Turkish hospitality industry: Is bias impacted by demographic context? *American Society of Business and Behavioral Sciences 17th Conference*, Februray 2010, Las Vegas, USA.

Mensah, I. ve Mensah, R. D. (2013). *Management of tourism and hospitality services*. USA: Xlibris Publishing.

Mooney, S. ve Ryan, I. (2009). A woman's place in hotel management: Upstairs or downstairs?. *Gender in Management: An International Journal*, 24 (3): 195-210.

MYK. (2015). *Turizm sektörüne ilişkin ulusal meslek standartları*. <http://www.myk.gov.tr/index.php/tr/haberler/55-ulusal-meslek-standard/495-turizm-meslek-standart>, (18.8.2016).

Ng, C. W. ve Pine, R. (2003). Women and men in hotel management in Hong Kong: Perceptions of gender and career development issues. *Journal of Hospitality Management*, 22 (1): 85-102.

Ojugo, C. (2010). *Practical food and beverage cost control*. USA: Engage Learning Publishing.

Perry, L. (2009). *Front desk management*. India: Global Media Publishing.

Pınar, M., McCuddy, M. K., Birkan, İ. ve Kozak, M. (2011). Gender diversity in hospitality industry: An empirical study in Turkey. *International Journal of Hospitality Management*, 30 (1): 73-81.

Purcell, K. (1996). The relationship between career and job opportunities: Women's employment in the hospitality industry as a microcosm of women's employment. *Women in Management Review*, 11 (5): 17-24.

Riley, M., Ladkin, A. ve Szivas, E. (2002). *Tourism employment: Analysis and planning*. Great Britain: Cromwell Press.

Seymen, O. A. ve Gül, M. K. (2004). *Konaklama işletmelerinde çağdaş kat hizmetleri yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Skalpe, O. (2007). The CEO gender pay gap in the tourism industry-evidence from Norway. *Tourism Management*, 28 (3): 845-853.

Van der Wagen, L. ve Goonetilleke, A. (2012). *Hospitality management strategy and operations*. Australia: Pearson Publishing.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2007). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldız, Ş. (2011). Beş yıldızlı otel işletmelerinin örgüt yapılarının mekanik-organik örgüt yapısı bağlamında incelenmesi. *Yüksek Lisans Bitirme Projesi*. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.